

О. В. Ильина

ДИНАМИКА ОППОЗИЦИИ **БОГАТЫЕ — БЕДНЫЕ** В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ

В современной России дифференциация населения по уровню материального благосостояния является одним из главных факторов социальной напряженности и конфликтности¹. Несмотря на общий рост доходов населения, экономическое неравенство продолжает увеличиваться: доходы наиболее обеспеченных граждан растут опережающими темпами по сравнению с доходами бедных. К тому же социологические опросы свидетельствуют о том, что бедными себя ощущают гораздо больше граждан, чем показывают официальные данные об уровне бедности в России². Экономисты, социологи, психологи считают, что эта ситуация является потенциально опасной для политической стабильности в стране³.

Одним из основных способов проявления ментально значимых стереотипов, отражающих коллективные культурные установки, является выбор языковых средств, принятых для выражения социальной оценки определенного явления.

Исследователи подчеркивают, что стереотипы включают в себе некий обобщенный образ действительности, данный индивидууму до его собственного опыта и независимо от него⁴. Стереотипность речемыслительной деятельности обусловлена разными факторами, среди которых важнейшими, с точки зрения М. П. Котуровой, являются: «1) такое фундаментальное свойство речи, как социальность (проявление традиций); 2) динамический принцип повторяемости, приводящий к формированию типичных моделей, единиц, категорий; 3) глубинно действующие противоположные психологические тенденции к автоматизму и преодолению автоматизма мысли и речи; 4) психология языковой личности»⁵.

Задача данной статьи — выявить языковые средства выражения социальных стереотипов в речевой ткани газетного текста. Мы рассматриваем реализацию стереотипов *бедный человек/богатый человек*, с одной стороны, в общественно-политических изданиях, ориентированных на широкую читательскую аудиторию, обладающую традиционной ментальностью («Российская газета», региональные издания Ханты-Мансийского автономного округа, Пермской и Тюменской областей и др.), и, с другой стороны, в газете, адресованной узкому кругу деловых людей («Коммерсантъ»)⁶.

ИЛЬИНА Ольга Владимировна — ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького.

© Ильина О. В., 2007

В рассматриваемых массовых неспециализированных газетных изданиях стереотипные представления о богатых и бедных поддерживаются языковыми и контекстуальными антонимами. Основой противопоставления является смысл «материальный достаток»; выделяются также частные противопоставления, основанные на цивилизационных, территориальных, нравственных, политических контрастах. Оба члена лексико-смысловой оппозиции получают предметно-коннотативные приращения, вытесняющие их за пределы концептуального пространства, объединенного смыслом «деньги».

Например, дихотомия *богатые — бедные* имеет территориально-цивилизационные основания в пределах стереотипов «бедная Россия — богатый Запад»; представление о богатстве и бедности связано и с противопоставлением провинции и центра. К бедным традиционно причисляются жители регионов, маленьких городов, сел. К богатым — население столиц (Москвы, Санкт-Петербурга): *Редакционная бригада выехала в с. Елань.... Одна за другой мелькали за окном полуразвалившиеся избушки, во многих домах не было даже стекол, окна затянуты одеялами и пленкой* (Светлый путь (с. Нижняя Тавда). 2006. 11 февр.). Оппозиция может вербализовываться полностью или частично. В данном примере противопоставления нет, но создается образ запустения, заброшенности, не укладывающийся в представления о столичном городе. Характеристика села как бедного дается с помощью указания на «индексы жизни»⁷ бедных: *полуразвалившиеся избушки... пленка и одеяла вместо стекол*.

Еще одно основание противопоставления богатых и бедных — это нравственность. В стереотипе *бедный человек* фиксируются такие ментально одобряемые свойства, как *гордость, верность долгу, честность, духовность, бескорыстие, щедрость*, которые реализуются вопреки тяжелым условиям жизни: *Несмотря на нищенскую жизнь, они (жители деревень. — О. И.) смогли выделить из своего бюджета кто по сто, кто по двести рублей на храм* (Куедин. вести. 2006. 2 сент.); *Ведь, несмотря на то, в какое время мы сейчас живем, на низкую заработную плату, военнослужащие, офицеры остаются верными своему званию* (Рос. газ. 2005. 22 февр.). В мыслительном стереотипе *богатый человек* закреплены негативные свойства, присущие богатым, которые, по представлениям бедных, стремятся к получению прибыли любой ценой (устойчивое сочетание *жажда наживы*), используют нечестные методы обогащения (ключевые слова *воровство, нечестный*): *Если человек покупает 30 соток земли за 3,5 миллиона долларов, то я позволю себе предположить, что он нечестен. Думаю, что большая часть денег, которая **уворована у нашего государства**, находится именно в этих **хоромах** на Рублево-Успенском, Новорижском шоссе...* (Магнитогор. рабочий. 2006. 30 марта). Фиксируется стереотип «богатство за чужой счет», включающий суждение «богатый человек живет за счет чужого труда, труда народа». Богатые не называются прямо, но на уровень финансового обеспечения

персонажей текста указывают «индексы жизни» богатых: *хоромы, миллионы долларов*. Пространственные указатели *Рублево-Успенское шоссе, Новорижское шоссе* употребляются в значении «место, где проживают люди, обогатившиеся нечестным путем».

Обозначим языковые средства выражения стереотипа *бедный человек* в исследуемых массовых неспециализированных изданиях. Данный стереотип реализуется с помощью стандартно-информативных единиц и единиц экспрессивно-воздействующих. Экспрессивные языковые средства, реализуемые при описании бедных, как правило, используются для характеристики их тяжелого положения и сопровождаются коннотацией сочувствия.

Достаточно частотны в газетных текстах номинации *бедный, нищий*. Лексема *нищий* (а также однокоренные образования *нищета, нищать*), в отличие от лексемы *бедный*, является экспрессивной языковой единицей, так как обозначает интенсивность проявления признака⁸, крайнюю степень бедности. Этот смысл поддерживается и такими единицами, как *голодуха* (следствие бедности), *(крайняя) нужда*, которые обозначают конкретные проявления бедности. Данные номинации способствуют отражению в стереотипе *бедный человек* высокой и даже крайней степени лишения.

Используются стандартно-информативные единицы *малообеспеченный* и *малоимущий*: *Несмотря на нормы законов, для подавляющего большинства малоимущих услуги адвокатов недоступны* (Рос. газ. 2005. 22 авг.). В газетной речи употребляются нейтральные описательные сочетания (*низкий прожиточный минимум, низкий достаток, низкий уровень доходов*), регулярные сочетания, констатирующие отсутствие/недостаточное количество денег (*нет денег, не хватает денег, нет средств*).

При передаче смысла «бедный человек» часто используются глаголы, указывающие на преодоление жизненных трудностей, препятствий: *выжить, прокормить*. В предикативных (глагольных) конструкциях типа *не живем, а выживаем, не живем, перемагаемся, не живут, а существуют* актуализируется сема трудности. Здесь также фиксируется низкий уровень жизни.

При анализе материала были зафиксированы фразеологизмы, образно передающие ментальные стереотипные представления о бедности картинного типа: *скрести по сусекам, еле сводить концы с концами, затягивать пояса, садиться на голодную диету, пухнуть от голода*. Для гиперболического образного обозначения финансового состояния бедных используется слово *копейка* в составе устойчивых сочетаний: *ни копейки, платить копейки, получать копейки, экономить каждую копейку, считать каждую копейку*. Но мы в другой стране, наш пенсионер вынужден *считать каждую копейку* (Там же. 2004. 22 окт.).

Финансовое состояние как бедных, так и богатых обозначается также лексемами *кошелек* и *карман* в составе устойчивых сочетаний: *отражаться на кошельке, зависеть от состояния кошелька, тугой кошелек, тощенький*

кошелек, (не) по карману, набить карман, бить по карману, мимо кармана, прибыль течет в карманы.

Часто оценка извлекается из контекста: по контрасту с отрицательным отношением к богатым формируется сочувственное отношение к бедным: *На каких курортах отдыхали министры, когда пенсионеры перекрывали улицы?* (Новости Югры (Нягань). 2005. 25 янв.).

Охарактеризуем языковые средства выражения стереотипа *богатый человек*. Для языкового выражения данного стереотипа используются номинации *богатый, состоятельный, обеспеченный*. Употребляются языковые клише *иметь достаток выше среднего* и *обеспеченные слои населения*. Несмотря на активизацию в речи нейтральных номинаций лиц, занимающихся частным предпринимательством (*бизнесмен, коммерсант, предприниматель*), в рассматриваемых газетных текстах эти единицы могут обретать отрицательную коннотацию в контексте. Специально следует сказать о номинации *олигарх*, которая в языке является нейтральной, а в газетных контекстах приобретает устойчивую отрицательную коннотацию. Как справедливо отмечает И. Т. Вепрева, в речевой практике слово *олигарх* устойчиво связывается с такими стереотипными характеристиками, как *нечестное обогащение нерыночными методами* и *теневое влияние на политику государства*⁹. Например: *Почему когда **ворюги-олигархи** проносятся на своих джипах и лимузинах с охраной, милиция вытягивается в струнку, козыряет и загоняет остальные машины в бесконечные «аппендициты»?* (Магнитогор. рабочий. 2006. 30 марта). С помощью экспрессивно-интенсивной единицы *ворюги*, передающей коннотацию презрения, создается обобщенно-собирательный образ богатых, занимающих высшую ступень в иерархической лестнице.

Стереотип *богатый человек* реализуется с помощью единиц, имеющих культурную коннотацию, на которую наслаивается оценка: *зажиточный, буржуазия* (номинации, имеющие отрицательную коннотацию с советских времен), *делец, нувориш*. Стереотипные представления о жизни богатых выражаются в метафорических сочетаниях: *золотая клетка, золотой миллиард, райская жизнь, денежный мешок: Говорят, что это* (терроризм. — О. И.) *бунт бедных и обездоленных против вопиющего богатства «**золотого миллиарда**»* (Рос. газ. 2003. 12 марта). Осуждение нечестных способов обогащения передается с помощью фразеологизмов *залезать в чужой карман, руки загребушие*. Часто используется образ обогащения, создаваемый на базе лексемы *карман*: *выручка **шла в карман** заводским боссам, перекладывание денег **из одного** государственного **кармана в другой**.*

Отношение к богатым и богатству передается с помощью экспрессивно-интенсивных характеристик (*вопиющее богатство, сверхприбыли, богатейшие, самые богатые, очень богатые*), слов с собственным оценочным значением (*ненормально, возмутительно, безобразно*) и слов, значение которых содержит эмоционально-экспрессивную оценочную добавку (*нажива, беспре-*

дел, несправедливость, дележка). *Несправедливость* — идеологически значимый символ. *Беспридел* — жаргонная единица с живой внутренней формой, формирующая образ богатства, основанного на беспринципности, вседозволенности. Отметим значимость слов, «обозначающих качество объектов через ту психологическую реакцию, которую они способны вызывать в человеке»¹⁰. Например: *Все депутаты имеют дополнительные доходы. Некоторые даже за зарплатой в Думу не приходят. Это же возмутительно!* Такие оценочные единицы поддерживают социально-психологическое неприятие богатства бедными.

Образ обогащения создают глаголы уничтожения/разрушения, лишения, передающие неприятие: *обирать (народ), грабить (народ), уничтожать (бюджет)*. Важно, что с помощью этих глаголов устойчиво фиксируется стереотипное суждение *богатство добывают за счет другого (других)*.

По нашим наблюдениям, бедный человек в исследуемых газетных текстах, как правило, оценивается как честный труженик, обладающий высокими нравственными качествами. Богатые характеризуются как виновники бедности, а само богатство — как приобретенное нечестным путем и потому аморальное.

Иначе представлены стереотипы *бедный человек/богатый человек* в деловой газете «Коммерсантъ». Это издание, ориентированное на конкретный характеризованный тип адресата¹¹. Основная аудитория газеты — деловые люди, образованные, как правило, состоятельные.

Тема бедности специально не разрабатывается данной газетой. Она реализуется, во-первых, в связи с политикой, обсуждением государственных задач по снижению уровня бедности, проблемой демографии и т. д.; во-вторых, в связи с освещением роли предпринимательства в жизни страны.

О бедности говорится как о социальном зле, с которым нужно бороться:

Наверняка вопрос о повышении уровня жизни граждан будет одним из центральных в президентском послании Федеральному собранию, однако решить его не так-то просто. ...Согласно официальным данным, количество граждан с доходами ниже прожиточного минимума, то есть живущих за чертой бедности, оценивается в 20 % (Коммерсантъ. 2006. 4 мая).

Обращение к проблеме бедности возникает и в связи с проблемой социальной ответственности бизнеса: *Современная медицина добилась больших успехов, но высококачественная помощь стоит дорого. Государство сегодня не в состоянии помочь всем нуждающимся, и долг бизнеса — участвовать в этой помощи* (Там же. 12 мая). Как видим, слово *бизнес* поддерживается сильными контекстными партнерами, выражающими нравственные понятия помощи, долга, а сам бизнес выступает как обобщенный субъект, реализующий масштабные нравственные задачи. Словосочетание *социальная ответственность* употребляется как устойчивый сопроводитель обобщенного субъекта *бизнес*. Возникает идеологически значимый для разрешения

оппозиции *богатые — бедные* смысл: «помощь бедным». Данный смысл как компонент идеологемы социальной ответственности ощущается в публикациях писем, содержащих просьбы о материальной помощи. В Издательском доме «Коммерсантъ» десять лет назад был создан Российский фонд помощи, благодаря которому читатели могут помочь нуждающимся, приславшим письма в редакцию газеты: *Ярослав Александров, 8 лет, детский церебральный паралич, требуется курсовое лечение, 162 500 руб. ... Я (мать Ярослава. — О. И.) учитель музыки, но мама-пенсионерка с Ясиком не справляется, и я оставила работу. Живем на алименты 2 300 руб. и пенсию* (Там же). В письмах содержится указание на социальный статус просителя (чаще всего это бюджетники), место проживания (чаще это провинция), целевое назначение материальной помощи (как правило, это лечение хронического заболевания). Таким образом, оппозиция становится динамической, снимается абсолютная противопоставленность, возникают нравственно и идеологически важные смыслы взаимопонимания, поддержки, бескорыстия, щедрости, причем эти смыслы вторгаются в сферу богатых/богатства.

Для языкового обозначения бедных людей, как и в предыдущих анализируемых изданиях, в газете «Коммерсантъ» используются клишированные обороты (*малообеспеченное население*), нейтральные глаголы (*нуждаться*). Номинация *бедный* сохраняется как основная. Отсутствуют экспрессивные номинации, фразеологизмы.

В газете «Коммерсантъ» преобладают нейтральные номинации богатых: *предприниматель, бизнесмен, представитель крупного/среднего/малого бизнеса, коммерсант, состоятельный человек, магнат, бизнес-сообщества, бизнес-элита*.

Частотна номинация *олигарх*, но если в большинстве массовых неспециализированных изданий она имеет отрицательную коннотацию, то в деловой газете «Коммерсантъ» *олигарх* — нейтральная номинация, что соответствует статусу данной единицы в языке.

Состояние богатства передается и через отрицание бедности с помощью эвфемистических описательных оборотов: *не самые бедные, не бедствует, получает неплохие деньги, неплохое финансовое состояние*. Раздражающий эффект стереотипа *богатый человек* снимается.

Отношение к богатству в текстах газеты «Коммерсантъ» отражается и в выборе экспрессивных средств. Используются пословицы (*лучшая защита — это нападение*), метафоры (*деньги оседают в карманах; разыгрался аппетит* — о получении прибыли) и фразеологизмы (*длинные деньги (рубль), делать деньги, биться за каждую копейку*): *Однако в последнее время у российских торговцев **разыгрался аппетит**. В этом году как минимум три оператора объявили о своих планах выхода на зарубежные рынки* (Там же. 2004. 12 нояб.). В приведенных примерах актуализируется смысл «активной деятельности»: *делать (деньги), биться (за каждую копейку)*. Напом-

ним, что в рассмотренных выше массовых изданиях стереотип *богатый человек* совмещался со смыслом «стремление к прибыли любой ценой» (*длинные руки*). Следует отметить, что лексема *карман* в метафорических сочетаниях продолжает использоваться для обозначения богатства и бедности, хотя реже, чем в других изданиях: *Galvex оказался не по карману* «Север-стали» (Коммерсантъ. 2006. 11 мая). Фразеологизм *сидеть сложа руки* подается с отрицательной оценкой: *Мы уже второй год пытаемся запустить карты Master card. Однако после слияния с Europay сейчас эти процессы идут медленно. ...Конечно, рано или поздно они ее запустят, но и мы, и другие уральские банки не намерены все это время сидеть сложа руки* (Коммерсантъ-Урал. 2004. 21 февр.). Таким образом, оппозиция ассоциативных рядов *труд/бедность* — *нетрудовые доходы/богатство* сглаживается: возникает ассоциативная цепочка *богатство/кропотливый труд*. Именно эта параллель тщательно разрабатывается газетой «Коммерсантъ».

Итак, в деловой газете «Коммерсантъ» по сравнению с другими изданиями сглаживается противопоставление *богатые* — *бедные* и снимается негативная оценочность стереотипа *богатый человек*. Выбираются иные номинации богатых. Стереотип *богатый человек* в основном реализуется через стандартно-информативные единицы, реже — экспрессивно-воздействующие.

Богатые — *бедные* — это динамическая оппозиция. В неспециализированной прессе, адресованной широкому кругу читателей, оппозиция предстает как неразрешимая, члены оппозиции поляризуются. В деловой прессе (в газете «Коммерсантъ») наблюдается тенденция к сглаживанию оппозиции: важными становятся концепты *труд*, *помощь*, *социальная ответственность*, развиваются ценностно одобряемые смыслы, способствующие дестереотипизации представлений о богатых и (частично) о бедных.

¹ См.: Андреев А. Две России: социальные пространства бедности и богатства [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.moskwa.ru/2003/08/andreev.htm>; Дилигенский Г. Бизнес и общественное мнение // Мы сограждане (СМИ и общество): В 2 т. / Под общ. ред. Л. И. Семиной. М., 2002. Т. 2; Енина Л. В. Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации // Там же. Т. 2 С. 328–329.

² См.: Андреев А. Две России: социальные пространства бедности и богатства; Николаев И. А., Марушкина Е. В. Бедность в России: Эконом. анализ. М., 2005 [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.fbk.ru>; Результаты выборочного социологического опроса населения Российской Федерации по вопросам социально-политических отношений [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://www.rags.ru/s_center/opros2/index.htm

³ См.: Галиulina Г. С. Тающая толерантность как угроза национальной безопасности России // Толерантность в обществе различий: Кол. монография / Под ред. В. Е. Кемерова, Т. Х. Керимова, А. Ю. Зенковой. Екатеринбург, 2005. Вып. 15. С. 173; Дилигенский Г. Бизнес и общественное мнение; Николаев И. А., Марушкина Е. В. Бедность в России.

⁴ См.: Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность. М., 2003. С. 230–234; Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1997. С. 72–74.

- ⁵ *Текст: стереотип и творчество* / Под ред. М. П. Котюровой. Пермь, 1998. С. 3.
- ⁶ См.: Волчкова И. М., Ханин А. А. Деловая публицистика: динамика системы // Факс. 2004. № 1–2. С. 20–24; Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000. С. 76–84.
- ⁷ См.: Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы... С. 37.
- ⁸ См.: Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления: проблемы семантики. Новосибирск, 1986. С. 55–63; Матвеева Т. В. Лексическая экспрессивность в языке. Екатеринбург, 1986. С. 14–19; Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М., 1986. С. 49–53.
- ⁹ См.: Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург, 2002. С. 251.
- ¹⁰ Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М., 1988. С. 47.
- ¹¹ См.: Купина Н. А., Битенская Г. В. Сверхтекст и его разновидности // Человек — текст — культура: Кол. монография / Под ред. Н. А. Купиной, Т. В. Матвеевой. Екатеринбург, 1994. С. 218.

Статья поступила в редакцию 06.07.2007 г.

О. В. Романова

СПЕЦИФИКА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ ГАЗЕТНОГО ИНТЕРВЬЮ

Предмет нашего внимания в данной статье — газетное интервью, в диалогической форме фиксирующее, оценивающее и объясняющее то или иное явление действительности (многофункциональность определяет наличие разных видов этого жанра). Журналист запрашивает и получает информацию у компетентного лица (специалиста, участника события и т. д.) и в той же форме диалога передает ее массовой аудитории. Таким образом, диалогичность — сущностный признак жанра интервью среди других жанров СМИ.

Однако в современной лингвистике термин *диалогичность* не является однозначным. Помимо того, что он фиксирует качество текстов, состоящих из реплик двух или нескольких говорящих, термин этот обозначает сейчас ориентированность любой речи (устной и письменной, диалогической и монологической, внешней и внутренней) на другого, на адресата (даже если этим адресатом является сам говорящий). «Диалогичность в широком, глобальном смысле <...> есть речевое проявление социальной сущности языка, реализуемой при коммуникации»¹.

РОМАНОВА Оксана Владимировна — старший преподаватель кафедры связей с общественностью, начальник редакционно-издательского отдела Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии (E-mail: rio@ntspi.ru).

© Романова О. В., 2007